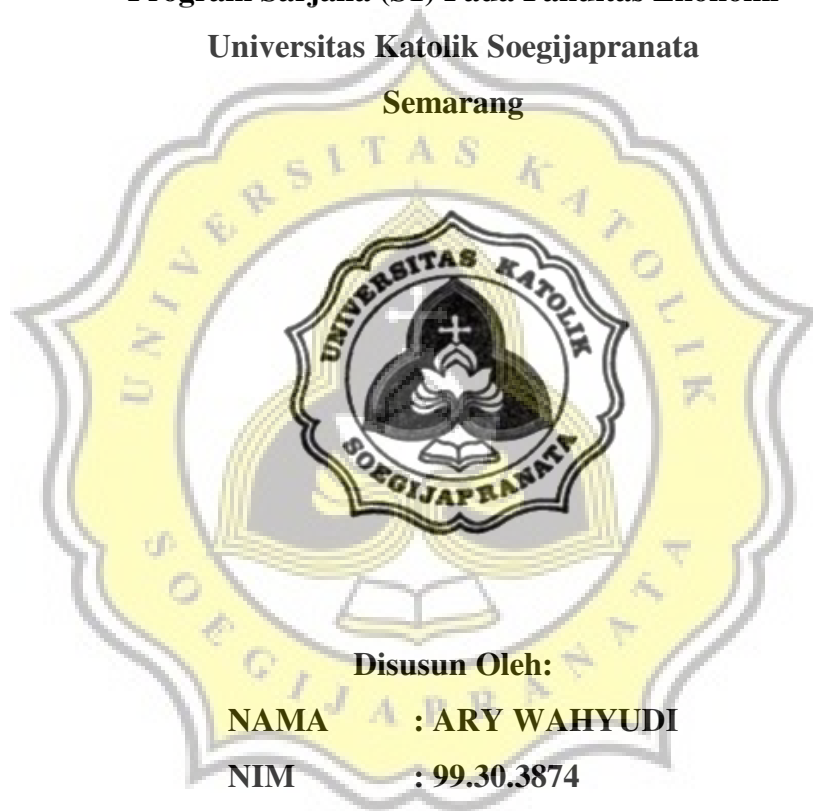


**PERBANDINGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SPARE PART
MEREK HONDA (AHM) DENGAN MEREK ASPIRA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**



Disusun Oleh:

NAMA : ARY WAHYUDI

NIM : 99.30.3874

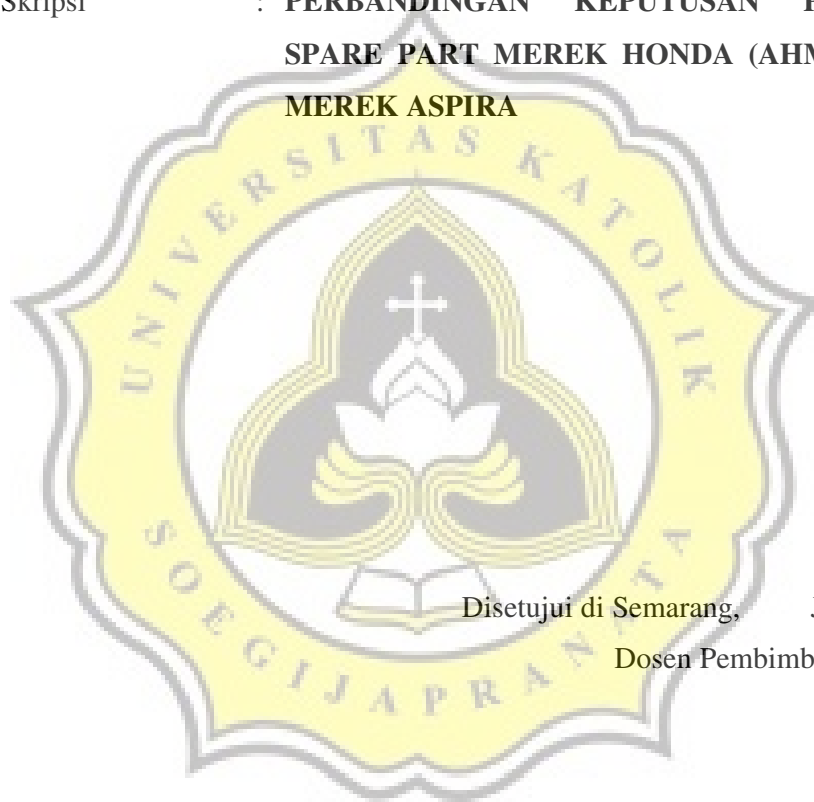
Jurusan : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2007

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama Penyusun : Ary Wahyudi
Nomor Induk Mahasiswa : 99.30.3874
Fakultas/Jurusan : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : **PERBANDINGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SPARE PART MEREK HONDA (AHM) DENGAN
MEREK ASPIRA**



Disetujui di Semarang, Juni 2007
Dosen Pembimbing

(Dra. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Ary Wahyudi
Nomor Induk Mahasiswa : 99.30.3874
Fakultas/Jurusan : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : **PERBANDINGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SPARE PART MEREK HONDA (AHM) DENGAN
MEREK ASPIRA**

Yang dipersiapkan dan disusun Oleh :

Nama : Ary Wahyudi

NIM : 99.30.3874

Telah dipertahankan didepan Penguji pada tanggal : 22 Juni 2007

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Mengetahui,

Pembimbing skripsi

Koordinator Penguji

Dra. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA

Berta bekti Retnowati, SE. MSI

Dekan Fakultas Ekonomi,

A. Sentot Suciarto, PhD

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Untuk melakukan hal-hal yang besar, kita mesti sempurnakan hal-hal yang kecil. Orang-orang yang termasyur sangat penuh perhatian pada rincian yang kecil. Itulah bagaimana mereka menjadi termasyur (Guru Ching Hai)



Skripsi ini kupersembahkan kepada:
Tuhan Yang Maha Kuasa,
Kedua orang tuaku dan saudaraku

ABSTRAKSI

Dalam melakukan pemilihan terhadap suatu merek, konsumen pada umumnya akan selalu berusaha melakukan pemilihan berdasarkan preferensi berdasarkan atribut dengan tujuan untuk mengurangi sekelompok pilihan dalam usaha untuk mendapatkan hasil keputusan akhir yang sesuai. Proses keputusan pembelian meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan membeli.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses keputusan pembelian spare part merek Honda maupun Aspira. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli spare part merek Honda maupun merek Aspira sedangkan penentuan sampelnya menggunakan (*purposive*) *judgment sampling* terhadap 50 konsumen yang membeli spare part merek Honda dan 50 konsumen yang membeli spare part merek Aspira. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan tabulasi frekuensi tanggapan responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses keputusan pembelian yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi dan evaluasi alternatif adalah sama, artinya bahwa konsumen akan meliputi proses tersebut sebelum sampai pada keputusan pembelian. Sedangkan dalam keputusan pembelian konsumen memilih merek spare part sesuai dengan keyakinannya, artinya ada yang membeli spare part merek Honda dan ada yang membeli spare part merek Aspira yang dirasakan baik oleh konsumen..

Kata kunci: Proses Keputusan Pembelian, Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif

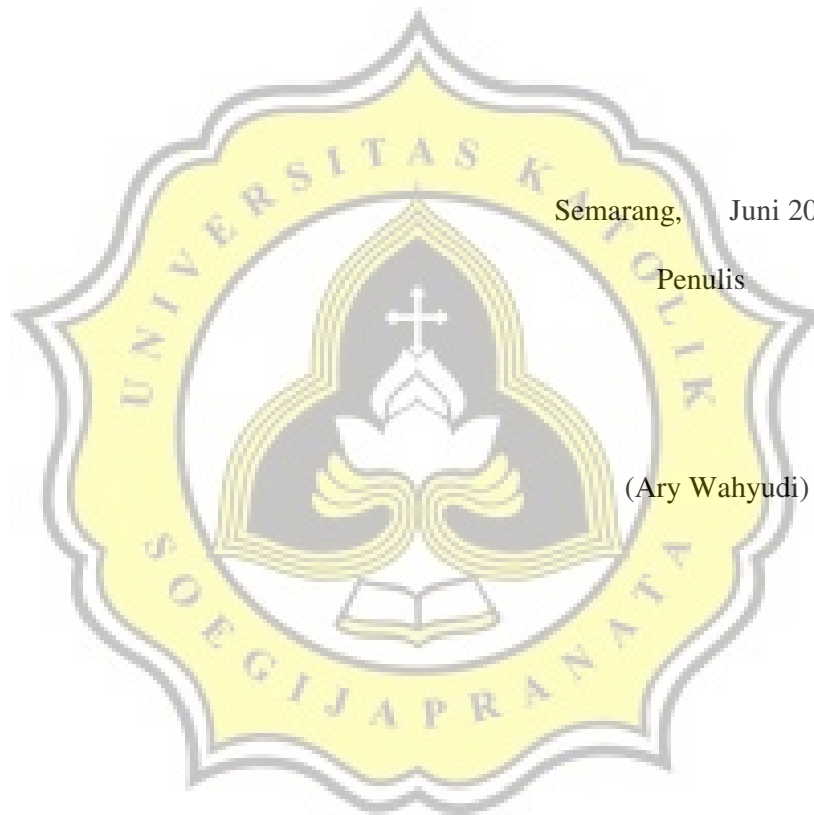
KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah dan inayahNya sehingga dapat terselesaikannya tugas dalam menyusun Skripsi yang berjudul **“Perbandingan Keputusan Pembelian Spare Part Merek Honda (AHM) Dengan Merek Aspira”**.

Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak A. Sentot Suciarto, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Dra. MY Dwi Hayu Agustini, MBA, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan pada penulisan ini.
3. Staf Pengajar dan Karyawan pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
4. Bp. Surahman (alm), Ibu Sri Wahyuni sebagai orang tuaku yang sangat aku hormati, Imam Pramono, Iwan Handoko, Ika Ratna Palupi sebagai kakak – kakakku yang aku cintai, dan om Edi; atas pengertiannya, kesabaran serta do'a dan segala dukungannya kalian semua selama ini
5. Sahabat-sahabatku baik diluar maupun seangkatan di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan semangat baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu.

Keterbatasan yang dimiliki peneliti menyebabkan penelitian ini tidak terlepas dari kelemahan sehingga saran dan kritik yang membangun diharapkan bisa meningkatkan kualitas dari skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga karya ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Semarang, Juni 2007

Penulis

(Ary Wahyudi)

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan	6
1.4. Manfaat	6
BAB II. LANDASAN TEORI	7
2.1. Keputusan Pembelian	7
2.2. Pengenalan Masalah	14
2.3. Pencarian Informasi	15
2.4. Evaluasi Alternatif	16
2.5. Penelitian Terdahulu	18
2.6. Kerangka Pemikiran	19
2.7. Definisi Operasional	20

BAB III. METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis dan Sumber Data.....	22
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	23
3.4. Teknis Analisis.....	23
BAB IV. HASIL ANALISIS.....	24
4.1. Deskripsi Responden	24
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	24
4.1.2 Umur Responden	25
4.1.3 Pekerjaan Responden	25
4.1.4 Pendidikan Responden.....	26
4.2. Tanggapan Responden Mengenai Proses Pembelian	26
4.2.1 Pengenalan Masalah.....	27
4.2.2 Pencarian Informasi	29
4.2.3 Evaluasi Alternatif	34
4.2.4 Keputusan Pembelian.....	37
4.3. Persamaan dan Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Proses Pembelian.....	39
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1. Kesimpulan	48
5.2. Saran	49

Daftar pustaka

Lampiran-lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	24
Tabel 4.2	Umur Responden.....	25
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden.....	25
Tabel 4.4	Pendidikan Responden.....	26
Tabel 4.5	Frekuensi Tanggapan Tentang Kondisi Saat Pergantian Spare Part.....	27
Tabel 4.6	Frekuensi Tanggapan Mengenai Waktu Untuk Mengganti Spare Part.....	28
Tabel 4.7	Frekuensi Tanggapan Mengenai Waktu Untuk Mencari Informasi Tentang Spare Part.....	30
Tabel 4.8	Frekuensi Tanggapan Mengenai Informasi Yang Dibutuhkan Tentang Spare Part.....	31
Tabel 4.9	Frekuensi Tanggapan Mengenai Dimana Mendapatkan Informasi Tentang Spare Part.....	32
Tabel 4.10	Frekuensi Tanggapan Mengenai Cara Mendapatkan Informasi Tentang Spare Part.....	33
Tabel 4.11	Frekuensi Tanggapan Tentang Hal Yang Diperbandingkan Dari Spare Part.....	35
Tabel 4.12	Frekuensi Tanggapan Mengenai Cara Membandingkan Spare Part.....	36
Tabel 4.13	Frekuensi Tanggapan Terhadap Spare Part Yang Sering Digunakan.....	37
Tabel 4.14	Frekuensi Tanggapan Terhadap Pengetahuan Mengenai Kualitas Spare Part.....	38
Tabel 4.15	Frekuensi Tanggapan Mengenai Dimana Membeli Spare Part.....	39
Tabel 4.16	Persamaan dan Perbedaan Perilaku Konsumen.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	19
------------	-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Mentah
- Lampiran 3. Frekuensi Tanggapan Responden
- Lampiran 4. Diskripsi Responden Penelitian

